

Delårsrapport januari-mars

2021

Sammanfattning av första kvartalet 2021

- Ålderskontrollen¹ uppgick till 97 (95)² procent.
- Opinionsmätningar visade att 78 (78) procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 124,9 (110,6) miljoner liter. Ökningen beror delvis på att påskförsäljningen inföll under första kvartalet samt ökad försäljningsandel då exempelvis resandeförsäljning begränsats av covid-19.
- Nettoomsättningen ökade till 8 350 (7 111) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till -18 (-81) MSEK.
- Resultatet från Medieakademiens Förtroendebarometer visar att Systembolaget är det företag i Sverige som allmänheten har högst förtroende för. Av de svarande har 73% mycket eller ganska stort förtroende för Systembolaget.

1. För definitioner av nyckeltal se sidan 14-15.
2. Siffror inom parentes avser motsvarande period föregående år om inget annat framgår.

SYFTE

Att bidra till förbättrad folkhälsa genom att begränsa alkoholens skadeverkningar.

VÅRT SAMHÄLLSUPPDRAG

Att med ensamrätt, och med ansvar och god service, sälja alkoholdrycker och liknande preparat samt att informera om alkoholens skadeverkningar.

VÅR VISION

Ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Finansiell information

MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Nettoomsättning	8 350	7 111	36 737
Rörelseresultat	-18	-81	542
Periodens resultat	-5	-146	471
Eget kapital	1 789	1 417	1 794
Avkastning på eget kapital %	19	10	28
Balansomslutning	6 270	5 139	6 815
Soliditet %	29	28	26
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-481	-1 101	674
Årsarbetare	3 505	3 275	3 884

Vd har ordet

Årets första kvartal har fortsatt präglats av pandemin. För Systembolaget har det alltså varit av yttersta vikt att bidra till att minska smittspridningen. Vi ser en fortsatt hög försäljning – samtidigt kan vi konstatera att totalkonsumtionen inte ökar och att kunderna tar till sig av våra budskap: de handlar ensamma, köar utanför butiken vid behov och väljer tider då färre besöker våra butiker.

Systembolagets kommunikation gentemot allmänheten har varit tydlig och vi har genomfört ett antal åtgärder. Vi påminner genom annonser, via sociala kanaler och i anslutning till våra butiker. Vi arbetar också brett för att på ett snabbfotat och anpassningsbart sätt möta nya råd och rekommendationer. Det har varit en period med högt tryck i butikerna och ett ökat antal kundbeställningar i onlinebutiken - en förändring vi sett under i stort sett hela pandemiåret. Genom goda insatser och förberedelser har vi lyckats med både logistiken, kunddialogen och vårt kundlöfte.

STÄRKT STÖD FÖR ENSAMRÄTTEN

Årets första mätning kring stödet för ensamrätten visar på ett glädjande resultat. Andelen som vill behålla Systembolagets ensamrätt bland allmänheten är 77,6 procent, vilket är en ökning med 2,5 procentenheter jämfört med det fjärde kvartalet i fjol och på samma höga nivå som första kvartalet 2020. Samtidigt minskar andelen som vill att vin, öl och sprit skall säljas i andra butiker med 3,6 procentenheter till 15,8 procent.

I mars presenterades även Medieakademiens Förtroendebareometer, som visar att Systembolaget är det företag i Sverige som allmänheten har högst förtroende för. Dessutom hamnar vi på en andra plats sett till samtliga institutioner och företag i Sverige. Detta är vi glada för och otroligt odmjuka inför – förtroende är något som förpliktigar.

ATTITYDER KRING ALKOHOL

Årligen genomför vårt dotterbolag, IQ-initiativet, mätningen Alkoholindex som undersöker svenskarnas attityder till alkohol. Den senaste mätningen presenterades i februari och avser år 2020. Indexet är på en skala från 0–100, där 0 är mest tillåtande och 100 är mest restriktiv, och det totala indexvärdet landar på 63,4. Det är en svag ökning jämfört med föregående år, då indexvärdet var 62,8. En av attitydfrågorna som tas upp är "Att bli berusad när barn är med". Här ser vi tyvärr en utveckling som visar att endast varannan svensk anser att det är helt fel att berusa sig när barn är med. Det känns viktigt att fortsätta lyfta frågan om barn som påverkas negativt av vuxnas problematiska drickande. Tillsammans med IQ och en rad barnrättsorganisationer driver vi tillsammans initiativet Barndom utan baksmälla, för att färre barn ska fara illa.



Vi värnar också våra viktiga försäljningsregler där en av dem är att inte sälja till personer under 20 år. Det är ett viktigt sätt för att skydda barn och unga från alkohol. Vid den senaste mätningen av Ålderskontroll begärdes legitimation vid 97 (95) procent av kontrollköpen.

NY ANDTS-STRATEGI

Vi har med spänning tagit del av regeringens förslag på ny ANDTS-strategi. Den rör områdena alkohol, narkotika, doping, tobak och spel. I strategin beskrivs vikten av en fortsatt restriktiv och framgångsrik alkoholpolitik – där Systembolaget står som garant för kontrollerad, ansvarsfull försäljning och att begränsa tillgängligheten till alkohol. I strategin lyfts också in ett nytt målområde som rör skydd av barn och unga från skadliga effekter orsakade av ANDTS, vilket är något Systembolaget särskilt välkomnar. Vi ser fram emot att delta i genomförandet av strategin i praktiken.

KONSUMTION OCH FÖRSÄLJNING

Intäkterna ökade under det första kvartalet 2021 med 17 procent och uppgick till 8 350 (7 111) miljoner kronor. Försäljningsvolymen ökade med 13 procent dels på grund av att påskförsäljningen i år inföll i första kvartalet, men framförallt som en följd av covid-19. Vi fortsätter, liksom förra året, att se effekter på vår försäljningsvolym av ytterligare restriktioner gällande alkoholserveringsförbud samt av ett fortsatt minskat resande och mindre frekventa restaurangbesök. Den högre försäljningsvolymen antas därför fortsatt till stor del förklaras av att det är Systembolagets andel av den totala konsumtionen som ökat.

Under hela pandemin har vi noggrant följt alkoholkonsumtionens utveckling. Den senaste mätningen av befolkningens konsumtion av alkohol, som marknadsundersökningsföretaget Norstat genomfört på uppdrag av oss, visar på samma trend som tidigare under pandemin. De allra flesta har inte ändrat sina konsumtionsvanor under pandemin och det är fler som uppger att de minskat snarare än ökat sin konsumtion jämfört med föregående år. Samtidigt är det viktigt att nogsamt följa den grupp som uppger att de dricker mer nu jämfört med tidigare.

Kvartalets rörelseresultat uppgick till -18 (-81) miljoner kronor. Förutom ett ökat bruttoresultat påverkades rörelseresultatet även av ökade personalkostnader relaterat till högre försäljningsvolym samt ökade kostnader för till exempel frakt härrörligt till det fortsatt högre antalet

kundbeställningar. Effektiviseringar i butik, genom bland annat kontantfria kassor samt förbättrade rutiner och arbetssätt, påverkade rörelseresultatet positivt.

NY APP SKA FÅ FLER ATT REFLEKTERA

En viktig del av Systembolagets uppdrag är att informera om alkoholens skadeverkningar. Det görs genom riktade insatser, bred kommunikation och genom olika typer av verktyg. I början av mars lanserade vi appen Måttfull – ett verktyg som hjälper individer att logga sin konsumtion – och därmed reflektera kring sina alkoholvanor. I samband med applanseringen genomfördes också en kampanj i sociala kanaler, poddar och radio.

Vi blev i februari utsedda till vinnare i 100-tyckaren, en undersökning där svenska folket tycker till om reklam. Vi vann priset för kampanjen Annorlunda av en anledning inom kategorin "Den med hjälp (stimuli-film) mest omtänkta reklamen bland allmänheten i Sverige 2020".

Nu blickar vi fram mot en intensiv period med olika högtider såsom Valborg och midsommar. Även om firandena är annorlunda i år så står vi rustade för att möta våra kunders förväntningar – både i våra fysiska butiker och online.

Magdalena Gerger

VD Systembolaget

Systembolaget i korthet

Systembolaget AB är ett statligt ägt aktiebolag som innehar ensamrätt att bedriva detaljhandelsförsäljning av starköl, vin, spritdrycker, andra jästa alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat i Sverige. Systembolaget ska drivas kostnadseffektivt och agera föredömligt inom hållbart företagande. Systembolaget har 448 butiker och finns i Sveriges samtliga 290 kommuner. Utöver butikerna finns 474 ombud runt om i Sverige dit kunderna kan beställa varor för avhämtning. Systembolaget erbjuder även hemleverans till sex län samt Mälardalen och når med det ungefär 65 procent av den inköpsberättigade befolkningen i Sverige. Arbetet med att göra tjänsten hemleverans tillgänglig för hela landet pågår. Det blir en successiv utrullning som fortsätter under 2021.

Systembolagets ansvar

Systembolagets ensamrätt har ett socialpolitiskt syfte; att begränsa alkoholens skadeverkningar. Uppdraget kommer från ägaren staten och styrs huvudsakligen av Systembolagets avtal med staten, statens ägaranvisning, alkohollagen och EU-rättsliga regler. Här anges att Systembolaget både vid inköp och försäljning av alkoholdrycker ska tillämpa transparenta och objektiva regler på ett opartiskt och märkesneutralt sätt, att kunderna ska ges god service och att information ska lämnas till allmänheten om de risker som är förenade med konsumtion av alkohol. Systembolaget ska drivas affärsmässigt utan att vara vinstmaximerande. Systembolaget tar sitt serviceansvar genom att erbjuda kunnig personal, rådgivning, ett brett sortiment och goda beställningsmöjligheter.

Strategiska nyckeltal och indikatorer

Från Systembolagets ägare staten finns ett antal uppsatta mål som sätter en inriktning framåt. Det primära målet enligt ägaren är samhällsnyttan. Det sekundära målet är att Systembolaget ska leverera ett från ägaren förutbestämt avkastningskrav över tid, vilket följs upp genom ett antal ekonomiska mål. Utöver målen från ägaren används ett antal nyckeltal som mäter det långsiktiga uppdraget samt den övergripande målbilden. Dessa i kombination med ägarmålen benämns som strategiska nyckeltal och indikatorer, se tabell nedan.

Systembolagets omvärld och kundernas förväntningar förändras hela tiden, vilket gör att Systembolaget kontinuerligt behöver se över sina prioriteringar. Denna översyn görs löpande i och med den strategiska uppföljningen och genom ett större omtag vart tredje år. Systembolagets nuvarande strategiska plan sträcker sig under åren 2020–2023. Fokus framåt kommer att vara dels på kundupplevelsen, genom nyskapande och personliga kundmöten som han-

teras på ett hållbart och omtänksamt sätt, dels på Systembolagets medarbetare. Systembolaget vill skapa ett ökat engagemang och upplevelse av delaktighet hos medarbetarna samt en ökad gruppeffektivitet med ett stärkt personligt ledarskap.

I den strategiska planen finns också en ambitiös målbild och strategi för hållbarhet. Ambitionen är att hållbarhet ska genomsyra allt Systembolaget gör och att FN:s globala mål är mer styrande för målsättningarna. Systembolaget ser stor potential för förbättringar inom transporter, förpackningar samt inköp till verksamheten. Likaså när det gäller att inspirera och hjälpa kunderna att göra hållbara val.

Systembolaget kommer självklart också att fortsätta det viktiga arbetet med att informera om alkoholens skadeverkningar. Det för att nå Systembolagets vision om ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan, så att ingen tar skada.

Strategiska nyckeltal och indikatorer

Nyckeltal	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020	målnivå 2021
Nöjd Kund Index (NKI) ¹	-	-	82	82
NKI Hållbarhet ¹	-	-	71	72
Ålderskontroll %	97	95	95	96
Opinionsindex (OPI) %	78	78	76	77
Koldioxidutsläpp från dryckesförpackningarna, ton ³	-	-	182 500	vända trenden
Koldioxidutsläpp från distributionen, ton ²	-	-	15 000	-
Prestationskultur ²	-	-	83	83
Total sjukfrånvaro % ⁴	6,0	4,4	5,8	4,6
Utländsk bakgrund ²	-	-	13,0	16,9
Avkastning på eget kapital % ⁵	19	10	28	8-9
Soliditet %	29	28	26	20-30
Kostnadseffektivitet ²	-	-	2,3	2,3
Indikatorer				
Totalkonsumtion, liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre ²	-	-	-	-
Systembolagets konsumtionsandel ²	-	-	-	-
Alkoholindex ²	-	-	63	-
Sustainable Brand Index placering ²	9	8	8	-

1 Redovisas tre gånger per år med nästa rapportering i andra kvartalet 2021.

2 Redovisas årsvis.

3 Nästa mätning redovisas i andra kvartalet 2021.

4 Utfall avser rullande 12 månader med en månads eftersläpning.

5 Utfall avser rullande 12 månader.

NÖJD KUND INDEX (NKI)

Mätningen av NKI sker tre gånger per år och ingen mätning har genomförts under första kvartalet. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 och uppgick till 82 (85) avseende rullande 12 månader. Under 2020 genomfördes ett metodbyte som påverkar jämförbarheten mellan åren, för mer information se Systembolagets ansvarsredovisning 2020. Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet.

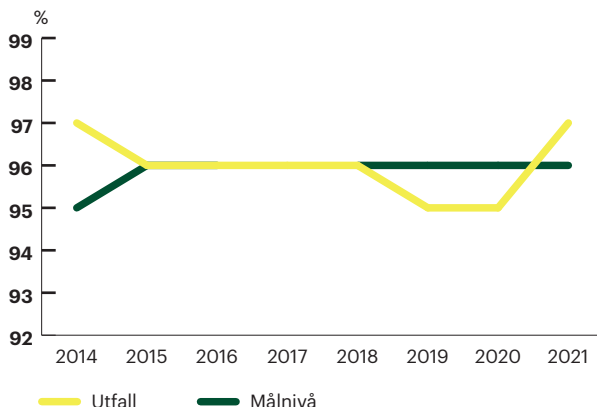
NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI Hållbarhet är en del av mätningen av NKI som sker tre gånger per år och ingen mätning har genomförts under första kvartalet. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 och uppgick till 71 (75) avseende rullande 12 månader. Under 2020 genomfördes ett metodbyte som påverkar jämförbarheten mellan åren, för mer information se Systembolagets ansvarsredovisning 2020. Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet.

ÅLDERSKONTROLL

Under första kvartalet genomfördes 1 851 (1 814) ålderskontrollköp (20–24 år). Nyckeltalet innefattar kontrollköp i våra butiker, hos våra ombud och vid hemleveranser. Legitimation begärdes vid 97 (95) procent av dessa köptillfällen.

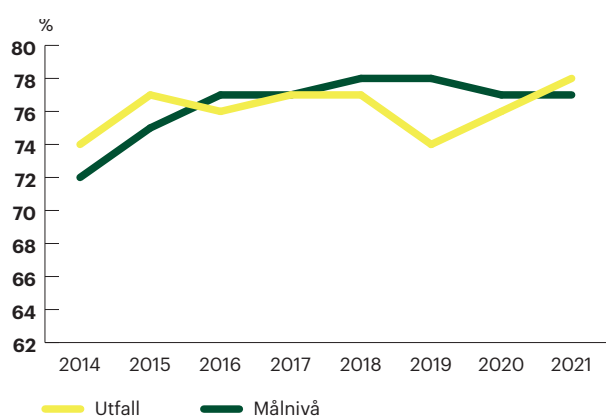
Ålderskontroll



OPINIONSINDEX (OPI)

OPI mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolagets ensamrätt till detaljhandelsförsäljning av sprit, vin och starköl. Vid kvartalets mätning uppgick index till 78 (78) procent, vilket är samma nivå som för första kvartalet föregående år. Dock är det en ökning med 2 procent jämfört med ackumulerat för helåret 2020 som då uppgick till 76 procent.

Opinionsindex



KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Förpackningar står för den största delen av Systembolagets indirekta klimatpåverkan. För helåret 2020 gav utfallet 182 500 ton koldioxidkvivalenter. Målet är att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019 (169 200 ton). Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet 2021. För att nå målet kommer Systembolaget fortsätta att verka för övergången från tunga glasflaskor till mer klimatsmarta förpackningar som till exempel pappförpackningar, PET, lättare glas och burk.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DISTRIBUTION

Det strategiska nyckeltalet för koldioxidutsläpp från distribution rapporterades första gången 2020. Resultatet, 15 000 ton fungerar som basår för kommande mätningar, och redovisningen sker en gång om året. Nyckeltalet inkluderar två delar; varupåfyllnad till butik och depå respektive våra egna inköpta transporter. Varupåfyllnaden sköts av våra dryckesleverantörer via ett antal distributörer och deras lager. Våra egna inköpta dryckes transporter sker via våra varudepåer och distribuerar kundbeställningar till butik, ombud och hemleverans. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, det vill säga inklusive e-handelslogistiken, skall vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och våra egna inköpta transporter ska vara fossilfria.

PRESTATIONSKULTUR

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 och uppgick till 83 (82) procent.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Total sjukfrånvaro (rullande 12 månader) uppgick per den sista februari till 6,0 (4,4) procent, vilket är betydligt högre än föregående år, till stor del beroende på pandemin. Det är framförallt den korta sjukfrånvaron (<14 dagar) som ökat medan den långa endast ökat marginellt.

UTLÄNDSK BAKGRUND

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 och uppgick till 13 (13) procent.

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Avkastning på eget kapital ska enligt ägaranvisningen över tid motsvara den genomsnittliga tioåriga statsobligationsräntan med ett tillägg av 7 procentenheter, vilket per den sista mars motsvarar 7 procent. Avkastningen på eget kapital uppgick per den sista mars rullande 12 månader till 19 (10) procent.

Avkastning på eget kapital har ökat mot föregående år då resultatet för den rullande 12 månadersperioden ökat som en följd av ökad försäljningsandel på grund av covid-19.

SOLIDITET

Soliditeten ska enligt ägaranvisningen för helåret uppgå till mellan 20 och 30 procent. Per den sista mars uppgick soliditeten till 29 (28) procent.

KOSTNADSEFFektivITET

Nyckeltalet är ett ägarmål som mäts en gång per år. Effektivitetsmålet syftar till att mäta omkostnaderna i förhållande till förändringar i såld kvantitet. Senaste resultatet publicerades i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 och uppgick till 2,3 (2,4).

TOTALKONSUMTION OCH SYSTEMBOLAGETS KONSUMTIONSANDEL

CANs² mätning av total alkoholkonsumtion och Systembolagets konsumtionsandel mäts en gång per år och redovisas med ett års eftersläpning. Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige 2019 sjönk med ungefär 1,5 procent jämfört med 2018. Resandeförseln ökade samtidigt som köp av smugglad alkohol minskade. Systembolagets försäljningsandel ökade med ungefär en procentenhet jämfört med 2018. Rapporten visade på en marginell minskning av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige jämfört med 2018. Den definitiva rapporten för 2020 publiceras i september 2021.

Som komplement till CAN:s mätningar har Systembolaget till följd av covid-19 valt att genomföra ytterligare mätningar av alkoholkonsumtionen med hjälp av Norstat. Den senaste mätningen visar att de allra flesta inte ändrat sina konsumtionsvanor under pandemin. Fler uppger att de har minskat sin konsumtion än att ha ökat den. Dock har Systembolagets försäljning ökat, vilket tyder på en ökad försäljningsandel till följd av rådande restriktioner. Detta visar på vikten av att fortsätta att noga följa den grupp som säger att de dricker mer än tidigare.

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex mäts en gång per år av vårt dotterbolag IQ-initiativet AB och publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2020. Resultatet som uppgick till 63,4 (62,8) visade då en marginell ökning mot föregående år vilket indikerar en något mindre tillåtande attityd till alkohol.

SUSTAINABLE BRAND INDEX

Sustainable Brand Index är Europas största varumärkestudie med fokus på hållbarhet. Mätningen görs årligen

och vilken placering Systembolaget får följs som en strategisk indikator. 2020 hamnar Systembolaget på plats nummer 9, vilket är en placering sämre än förra årets 8:e placering. Inom det som Sustainable Brand Index kategoriserar som dagligvaruhandel behåller Systembolaget sin tredje plats från förra året.

Ekonomisk utveckling

MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Nettoomsättning	8 350	7 111	36 737
Rörelseresultat	-18	-81	542
Finansnetto	12	-103	30
Resultat efter finansiella poster	-6	-184	572
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-481	-1 101	674
Årsarbetare	3 505	3 275	3 613

NETTOOMSÄTTNING OCH FÖRSÄLJNINGSVOLYM

För Systembolagets försäljning gäller generellt att den är högre mot veckosluten samt under slutet av varje månad. De största försäljningstopparna uppstår inför påsk, midsommar, jul och nyår. Därutöver är försäljningen som högst under sommarmånaderna juni till och med augusti.

Nettoomsättning

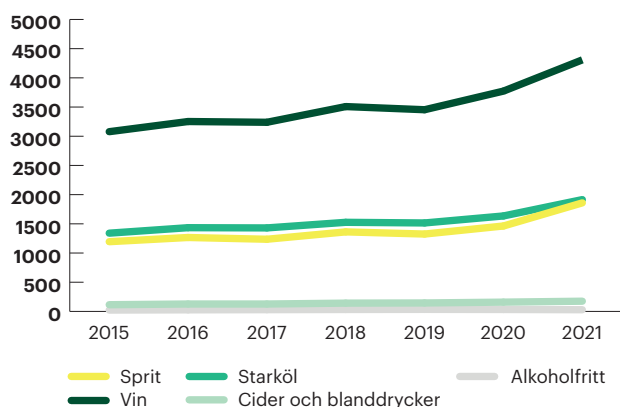
MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Sprit	1 859	1 463	7 684
Vin	4 308	3 773	18 653
Starköl	1 915	1 635	8 879
Cider och blanddrycker	175	159	1 018
Alkoholfritt	29	33	186
Summa försäljning drycker	8 285	7 063	36 420
Övriga varor och tjänster	65	48	318
Summa intäkter	8 350	7 111	36 738

Januari – mars 2021

Intäkterna under första kvartalet ökade med 17 procent jämfört med föregående år till 8 350 (7 111) miljoner kronor, som en följd av ökad försäljningsandel. Alla varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och det var varugrupperna sprit och starköl som procentuellt ökade mest.

Under samma period ökade försäljningsvolymen med 13 procent till 124,9 (110,6) miljoner liter.

Nettoomsättning MSEK januari–mars



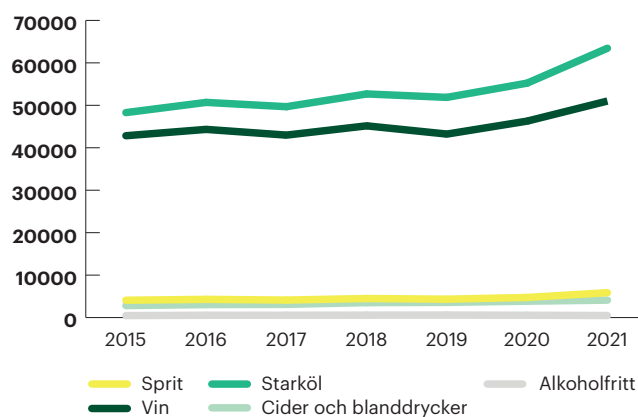
Försäljningsvolym drycker

1 000-tals liter	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Sprit	5 864	4 737	24 547
Vin	51 006	46 278	223 551
Starköl	63 443	55 225	293 914
Cider och blanddrycker	4 103	3 856	23 962
Alkoholfritt	485	550	3 147
Summa försäljning drycker	124 901	110 646	569 121

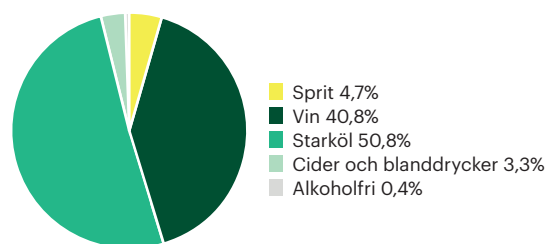
Alla kvartalets tre månader visade på högre försäljningsvolym än föregående år. Covid-19 bidrog fortsatt till en ökad försäljning under kvartalet och därtill ökade försäljningsvolymen i mars i och med att påskförsäljningen i år till stor del inföll i mars. Den ökade försäljningen har även omräknad till liter ren alkohol per capita ökat jämfört med föregående år.

Samtliga varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och covid-19 var en bidragande orsak till ökningen. Sprit ökade med 24 procent (1,1 miljoner liter), vilket sannolikt är en effekt av att sprit påverkats mest av utebliven resandeförsel. Starköl ökade med 15 procent (8,2 miljoner liter), vin ökade med 10 procent (4,7 miljoner liter), cider och blanddrycker stod för en ökning med 6 procent (0,2 miljoner liter) medan alkoholfritt minskade med 12 procent (0,0 miljoner liter).

Försäljningsvolym 1000-tals liter januari–mars

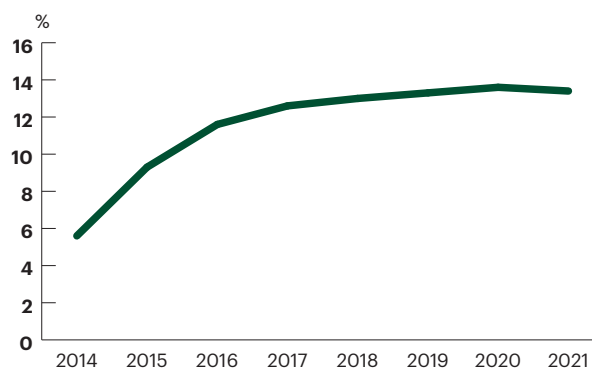


Försäljningsvolym i procent fördelat per varugrupp januari–mars



Försäljningen av ekologiska produkter uppgick under perioden till 16,7 (14,8) miljoner liter vilket motsvarar en ökning på drygt 13 procent jämfört med föregående år. Ekologiska produkter utgjorde 13,4 (13,4) procent av den totala försäljningsvolymen och inom det ekologiska sortimentet har samtliga varugrupper bortsett från alkoholfritt ökat i volym under perioden. Majoriteten av den ekologiska försäljningsvolymen kommer fortsatt från vin (motsvarande 74 procent) och öl, cider och blanddrycker (motsvarande 24 procent).

Andel ekologisk försäljning, volym januari–mars



Antalet kundbesök i butik uppgick under perioden till 28,6 (28,7) miljoner vilket är i linje med föregående år. Antalet digitala besök, det vill säga besök på webb och app, minskade med 12 procent och uppgick till 13,2 (15,0) miljoner under perioden.

RÖRELSERESULTAT

Januari–mars 2021

Kvartalets rörelseresultat uppgick till -18 (-81) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till -0,4 (-1,9) procent. Ökningen av rörelseresultatet beror på ett ökat bruttoresultat, till följd av en ökad försäljningsandel. Det förklaras vidare med att den försäljningsökning som påsken bidrar med till stor del inföll under första kvartalet, jämfört med föregående år.

Kvartalets rörelseresultat påverkades av högre försäljningskostnader, vilka uppgick till 869 (804)¹ MSEK. Det förklaras framförallt av ökade personalkostnader till följd av ökad försäljningsvolym samt årlig lönerrevision och utökade IT-kostnader på grund av utveckling i det digitala kundmötet. Vidare påverkas försäljningskostnaderna av ökade kostnader för depå samt för frakter och emballage på grund av en fortsatt ökning av kundbeställningar, många med hemleverans.

1. Omklassificering har skett av IT-kostnader, jämförelsesiffran har korrigerats. Se sid 12.

Administrationskostnaderna minskade jämfört med samma period 2020 och uppgick till 177 (183)¹ MSEK. Förändringen består av ökade personalkostnader i form av årlig lönerevision samt av utökade IT-kostnader till följd av initiativ för att robotisera och automatisera administrativa processer. Dock påverkas administrationskostnaderna även av minskade kommunikationskostnader under första kvartalet jämfört med samma period föregående år.

FINANSNETTO

Januari – mars 2021

Finansnettot uppgick till 12 (-103) MSEK varav 7 (8) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och 5 (-111) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. I mars 2020 påverkades marknaden kraftigt negativt till följd av utbrottet av covid-19, vilket påverkar jämförelsen mellan åren. Systembolaget har en portfölj som utgörs av räntebärande värdepapper med låg risk.

RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER

Januari – mars 2021

Kvartalets resultat efter finansiella poster uppgick till -6 (-184) MSEK.

KASSAFLÖDE

Januari – mars 2021

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -481 (-1 101) MSEK. Skillnaden mellan perioderna förklaras framförallt med den stora ökningen i varulager som skedde under första kvartalet 2020 och som till stor del berodde på ökad försäljning på grund av pandemin. Det i sin tur har gett stor påverkan på skillnader i förändring av leverantörsskulderna som framförallt förklaras med hur betalningstidpunkterna infallit olika i de båda perioderna. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -71 (149) MSEK, varav -22 (-31) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och -49 (180) MSEK avser nettoförändring av finansiella placeringar.

ÅRSARBETARE

Januari – mars 2021

Årsarbetare uppgick till 3 505 (3 275) under kvartalet. Jämfört med första kvartalet föregående år har antalet årsarbetare ökat med 230 personer. En ökad försäljningsvolym, både i butik och online, har medfört en ökning av årsarbetare i butik, på depå och även på andra administrativa funktioner så som kundtjänst och support. Därutöver har fler butiker öppnats och satsningar för att utveckla e-handeln har medfört nyrekryteringar.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Systembolaget arbetar systematiskt med att identifiera och hantera de risker som är förenade med verksamheten. Riskhanteringsprocessen är integrerad i enheternas strategi- och planeringsarbete. Riskerna konsolideras och hanteringen av dessa rapporteras och följs upp av företagsledningen samt styrelsen. De högst värderade riskerna är främst av strategisk och operativ karaktär och handlar om hantering av effekterna från det pågående utbrottet av covid-19, lagstiftningsfrågor som kan ge påverkan på monopolställningen, hållbarhet samt förändrade kundbeteenden som kräver digitala anpassningar.

De finansiella riskerna som ränte-, kredit- och likviditetsrisker är begränsade. Systembolaget är självfinansierat bland annat tack vare en hög lageromsättningshastighet som matchar inköps- och betalningsvillkoren.

Systembolaget saknar räntebärande skulder. Majoriteten av all försäljning sker i form av kontant- eller kortbetalning och därmed har Systembolaget inga väsentliga kundfordringar. Dryckesleverantörerna ansvarar för importen av alkoholhaltiga drycker samt för redovisning av alkoholskatt. Systembolagets inköp sker i huvudsak i svenska kronor och företaget är därmed i liten utsträckning exponerat mot kurs- och valutarisker. Ytterligare information om hanteringen av finansiella risker framgår av not 12 Finansiella instrument i Systembolagets Ansvarsredovisning 2020.

Sammanfattning av dotterbolagen

IQ verkar för ett smartare förhållningssätt till alkohol. Detta görs genom att med kunskap och kommunikation skapa medvetenhet, eftertanke och engagemang kring eget och andras drickande, och därmed bidra till att minska alkoholskadeverkningar i samhället. IQ:s vision är ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada. IQ-initiativet finansieras av Systembolaget med en årsbudget på 40 (40) MSEK. Periodens resultat före skatt uppgick till 5,1 (4,7) MSEK.

AB K14 Näckströmsgatan förvaltar Systembolagets rörelsefastighet. Periodens resultat före skatt uppgick till 5,7 (5,3) MSEK. Resultatet är främst hänförligt till koncerninterna hyresintäkter.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Årsstämma avseende räkenskapsåret 2020 hölls den 22 april 2021. Protokollet från årsstämman kommer inom två veckor efter årsstämman finnas tillgängligt på omsystembolaget.se.

Delårsrapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Stockholm den 23 april 2021

Systembolaget AB

Magdalena Gerger

Verkställande direktör

Resultaträkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Nettoomsättning		8 350	7 111	36 737
Kostnad för sålda varor		-7 322	-6 206	-32 061
Bruttoresultat		1 028	905	4 676
Försäljningskostnader	2, 3	-869	-804	-3 387
Administrationskostnader	2, 3	-177	-183	-752
Övriga rörelseintäkter		1	1	6
Övriga rörelsekostnader		-1	0	-1
Rörelseresultat		-18	-81	542
Finansnetto		12	-103	30
Resultat efter finansiella poster		-6	-184	572
Periodiseringsfond		-	-	25
Resultat före skatt		-6	-184	597
Skatt		1	38	-126
Periodens resultat		-5	-146	471

Balansräkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	2021-03-31	2020-03-31	2020-12-31
Anläggningstillgångar				
Materiella tillgångar		421	460	434
Finansiella tillgångar		2 792	2 503	2 790
Summa anläggningstillgångar		3 213	2 963	3 224
Omsättningstillgångar				
Varulager		1 424	1 321	1 406
Fordringar		203	178	256
Kortfristiga placeringar		53	175	0
Kassa och bank		1 377	502	1 929
Summa omsättningstillgångar		3 057	2 176	3 591
Summa tillgångar	4	6 270	5 139	6 815
Eget kapital				
Bundet eget kapital		432	432	432
Fritt eget kapital		1 357	985	1 362
Summa eget kapital		1 789	1 417	1 794
Obeskattade reserver				
Periodiseringsfond		-	25	-
Summa obeskattade reserver		-	25	-
Avsättningar				
Långfristiga avsättningar		118	93	117
Summa avsättningar		118	93	117
Skulder				
Långfristiga skulder		127	118	123
Kortfristiga skulder		4 236	3 486	4 781
Summa skulder	4	4 363	3 604	4 904
Summa eget kapital och skulder		6 270	5 139	6 815

Förändring i eget kapital, Systembolaget AB

MSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Balanserat resultat	Periodens resultat	
Ingående eget kapital 2020-01-01	360	72	891	240	1 563
Överföring till fria reserver			240	-240	0
Periodens resultat				471	471
Utdelning till ägaren			-240		-240
Utgående eget kapital 2020-12-31	360	72	891	471	1 794
Ingående eget kapital 2021-01-01	360	72	891	471	1 794
Överföring till fria reserver			471	-471	0
Periodens resultat				-5	-6
Utdelning till ägaren					0
Utgående eget kapital 2021-03-31	360	72	1 362	-5	1 789

Kassaflödesanalys i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Den löpande verksamheten			
Resultat före skatt	-6	-184	597
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	34	158	180
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager	-18	-281	-367
Förändring av fordringar	37	32	-39
Förändring av skulder	-528	-837	365
Förändring av fordringar/skulder koncernbolag	24	13	11
Kassaflöde från den löpande verksamheten efter förändring av rörelsekapitalet	-457	-1 099	747
Betald skatt	-24	-2	-73
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-481	-1 101	674
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-22	-31	-117
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0	0	0
Förvärv/försäljning av finansiella tillgångar	-49	180	141
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-71	149	24
Finansieringsverksamheten			
Utdelning från AB K14 Näckströmsgatan	-	-	17
Utdelning till ägaren	-	-	-240
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-	-	-223
Periodens kassaflöde	-552	-952	475
Likvida medel vid periodens början	1 929	1 454	1 454
Likvida medel vid periodens slut	1 377	502	1 929

Kvartalsöversikt, Systembolaget AB

MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020
Nettoomsättning	8 350	7 111
Bruttoresultat	1 028	905
Försäljningskostnader	-869	-804
Administrationskostnader	-177	-183
Rörelseresultat	-18	-81
Kvartalets resultat	-5	-146
Soliditet %	29	28

Noter

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

Delårsrapporten för Systembolaget AB är upprättad i enlighet med IAS 34, Delårsrapportering och följer därutöver även årsredovisningslagen, Rådet för finansiell rapporterings RFR 2, Redovisning för juridiska personer samt statens Riktlinjer för extern rapportering i bolag med statligt ägande. Från och med 1 januari 2012 upprättar Systembolaget, med stöd av ÅRL 7 kap 3a§, inte någon koncernredovisning.

Upplýsningar enligt IAS 34 Delårsrapportering lämnas såväl i noter som på annan plats i delårsrapporten.

Systembolaget använder sig av samma redovisningsprinciper såsom de har beskrivits i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 under rubriken Finansiell rapportering, Not 1 - Redovisningsprinciper, med undantag för IFRS 16. Nya och ändrade standarder och tolkningar från IASB respektive IFRIC har inte haft någon väsentlig påverkan på finansiella rapporter.

IFRS 16 Leasingavtal

IFRS 16 är tillämplig för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2019 men tidigare tillämpning har varit tillåten. Standarden är antagen av EU. Samtliga leasingavtal redovisas i enlighet med undantaget avseende IFRS 16 i RFR 2 som kostnad.

Omklassificering av IT-kostnader

Systembolagets verksamhet har förändrats över tid och en stor andel av IT-kostnaderna är numera försäljningsnära. För att redovisningen bättre ska spegla verksamheten, har en översyn genomförts av Systembolagets IT-kostnader och definitionen av administrationskostnader och försäljningskostnader har setts över. I försäljningskostnader ingår från och med 2021-01-01 IT-kostnader relaterade till butik och försäljning såsom kassasystem, webbsystem samt utvecklingsprojekt. Omklassificering har därför skett mellan administrationskostnader och försäljnings-

kostnader i resultaträkningen för jämförelseåret med 108 Mkr på helåret. Se nedan tabell för effekten av omklassificeringen per kvartal.

NOT 2 PERSONALKOSTNADER

Accumulerat under första kvartalet uppgick de totala personalkostnaderna till 618 (552) MSEK. Lönekostnaderna har ökat jämfört med 2020, främst som en följd av ökad försäljningsvolym men även av den årliga lönerevisionen samt fler butiker än samma period föregående år.

NOT 3 AVSKRIVNINGAR

MSEK	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
Byggnader och mark	0	0	2
Materiella anläggningstillgångar	35	38	148
Immateriella tillgångar	-	-	-
Summa avskrivningar	35	38	150

NOT 4 FINANSIELLA INSTRUMENT

Systembolagets finansiella instrument består av räntebärande värdepapper, kundfordringar, likvida medel och leverantörsskulder. Kundfordringar, likvida medel, leverantörsskulder samt övriga kortfristiga fordringar och skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde. Räntebärande värdepapper värderas till verkligt värde via resultaträkningen enligt affärsmodellen baserat på indata motsvarande nivå 1 enligt IFRS 7. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider. Härav bedöms de verkliga värdena på samtliga finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

Företaget har inte kvittat några finansiella tillgångar och skulder och har inga avtal som möjliggör kvittning. För ytterligare information om finansiella instrument hänvisas till not 12 i Ansvarsredovisning 2020.

Omklassificering IT-kostnader

MSEK	2020 Q1	Justering	2020 Q1 justerad	2020 Q2	Justering	2020 Q2 justerad	2020 Q3	Justering	2020 Q3 justerad
Nettoomsättning	7 111		7 111	9 930		9 930	9 660		9 660
Kostnad för sålda varor	-6 206		-6 206	-8 617		-8 617	-8 446		-8 446
Bruttoresultat	905		905	1 313		1 313	1 214		1 214
Försäljningskostnader	-780	-24	-804	-848	-27	-875	-813	-25	-838
Administrationskostnader	-207	24	-183	-215	27	-188	-174	25	-149
Övriga rörelseintäkter	1		1	1		1	1		1
Övriga rörelsekostnader	0		0	0		0	-1		-1
Rörelseresultat	-81		-81	251		251	227		227

MSEK	2020 Q4	Justering	2020 Q4 justerad	2020 Helår	Justering	2020 Helår justerad
Nettoomsättning	10 036		10 036	36 737		36 737
Kostnad för sålda varor	-8 792		-8 792	-32 061		-32 061
Bruttoresultat	1 244		1 244	4 676		4 676
Försäljningskostnader	-857	-32	-889	-3 296	-108	-3 404
Administrationskostnader	-244	32	-212	-843	108	-735
Övriga rörelseintäkter	1		1	6		6
Övriga rörelsekostnader	0		0	-1		-1
Rörelseresultat	144		144	542		542

Definition av alternativa nyckeltal

Alternativa nyckeltal är finansiella mått som inte är definierade i IFRS. Systembolaget anser att dessa mått ger värdefull kompletterande information till ägare, styrelse och företagsledning då de möjliggör utvärdering av resultat och finansiell utveckling. Tre alternativa nyckeltal ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.

De alternativa nyckeltalen är inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag eftersom beräkning kan ske på olika sätt. Dessa finansiella mått ska därför ses som ett komplement för mått som definieras enligt IFRS. För avstämning av de alternativa nyckeltal som inte direkt går att härleda ur de finansiella rapporterna, se beräkning nedan.

Nyckeltal	Beskrivning	Användningsområde
Avkastning på eget kapital	Periodens resultat (rullande 12 månader) i procent av genomsnittligt justerat eget kapital. Eget kapital är justerat för schablonskatt på obeskattade reserver	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.
Kostnadseffektivitet	Kostnadseffektivitet beräknas utifrån förhållandet mellan totala omkostnader (justerat för engångsposter) i förhållande till såld kvantitet (antalet sålda förpackningar viktade utifrån respektive varugrups beräknade tidsåtgång för hantering).	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget och redovisas årligen.
Rörelsemarginal	Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt beräknas utifrån rörelseresultatet i procent av nettoomsättning exklusive alkoholskatt.	Nyckeltalet visar hur stor del av intäkterna som kan täcka kostnader i rörelsen.
Rörelseresultat	Rörelseresultat beräknas utifrån bruttoresultat, med tillägg för övriga rörelseintäkter samt med avdrag för rörelsens kostnader.	Nyckeltalet visar resultat före finansnetto och skatter.
Soliditet	Justerat eget kapital i procent av balansomslutningen. Eget kapital är justerat för schablonskatt på obeskattade reserver.	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.

Avkastning på eget kapital

	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
MSEK			
Periodens resultat, rullande 12 månader, MSEK	292	151	471
Genomsnittligt justerat eget kapital ¹	1 512	1 452	1 688
Avkastning på eget kapital	19,3%	10,4%	27,9%

Kostnadseffektivitet

	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
MSEK			
Totala omkostnader MSEK, justerat för engångsposter	-	-	4 202
Såld kvantitet miljoner, viktat utifrån hanteringstid	-	-	1 832
Kostnadseffektivitet	-	-	2,3

Rörelsemarginal

	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
MSEK			
Nettoomsättning inkl alkoholskatt	8 350	7 111	36 737
Nettoomsättning exkl alkoholskatt	5 113	4 313	22 605
Alkoholskatt	3 237	2 798	14 132
Rörelseresultat	-18	-81	542
Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt	-0,4%	-1,9%	2,4%
Rörelsemarginal inklusive alkoholskatt	-0,2%	-1,1%	1,5%

Soliditet

	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
MSEK			
Balansomslutning	6 270	5 139	6 815
Justerat eget kapital ¹	1 789	1 437	1 794
Soliditet	29%	28%	26%

1. Genomsnittligt justerat eget kapital

	jan-mar 2021	jan-mar 2020	helår 2020
MSEK			
Eget kapital	1 789	1 417	1 794
Periodiseringsfond	0	25	0
Schablonskatt för obeskattade reserver	21,4%	21,4%	21,4%
Justerat eget kapital	1 789	1 437	1 794
Justerat eget kapital samma period föregående år	1 437	1 626	1 583
Genomsnittligt justerat eget kapital	1 613	1 531	1 688

Övriga definitioner

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex är ett samlat mått på människors attityd till alkohol i olika situationer. Ju högre index med en skala 0–100, desto mer återhållsam är attityden till alkohol. Alkoholindex skapas från svaren på sju frågor om vad människor tycker är rätt och fel när det gäller alkohol. I undersökningen ställs även ytterligare frågor. Bland annat fem frågor om "vardagsdrickande" som utgör underlag för Vardagsindex. Frågorna ställs en gång per år till minst 2 000 personer, 16 år och äldre. Datainsamling genomförs av Novus.

ALKOHOLSKATT

Alkoholskatt är en statlig punktskatt. Ändrad alkoholskatt påverkar Systembolagets intäkter parallellt med kostnad för såld vara varför ändrad alkoholskatt inte får någon effekt på bruttoresultatet.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DISTRIBUTION

Det strategiska nyckeltalet för koldioxidutsläpp från distribution rapporterades första gången 2020. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, dvs inklusive e handels logistiken, skall vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och transportererna som Systembolaget själv köper in vara fossilfria.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Sedan 2020 rapporterar Systembolaget koldioxidutsläpp från dryckesförpackningar två gånger per år, med målet att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019. En basmätning för året 2019 gav utfallet 169 219 ton koldioxidekvivalenter.

NETTOOMSÄTTNING

Intäkter/nettoomsättning omfattar intäkter från sålda varor och utförda tjänster som ingår i Systembolagets huvudverksamhet.

NÖJD KUND INDEX (NKI)

NKI mäter hur nöjd kunden är med Systembolaget. Totalindex är ett medelvärde av de tre frågorna.

- Hur nöjd eller missnöjd är du med Systembolagsbutiken totalt sett?
- Hur väl motsvarar Systembolagsbutiken dina förväntningar?
- Hur pass nära eller långt ifrån ett ideal tycker du att Systembolagsbutiken ligger?

Kundernas svar, som anges på en skala från 1 till 10, omräknas till ett tal mellan 10 och 100. Systembolaget anlitar CFI Group för genomförande av undersökningen. NKI mäts och redovisas tre gånger årligen.

NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI - Hållbarhet mäter kundernas uppfattning om Systembolagets hållbarhetsarbete inom miljö och socialt ansvarstagande. Index är ett medelvärde av bedömning av de två påståendena.

- Systembolaget tar ansvar när det gäller arbetet med att skydda miljön och minska klimatpåverkan.
- Systembolaget tar ansvar när det gäller arbetet med att förbättra arbetsvillkor och främja mänskliga rättigheter i leverantörskedjan.

OPINIONSINDEX (OPI)

Opinionsindex mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolaget och monopolet för försäljning av starköl, vin och sprit. Intervjupersonerna får ta ställning till frågan:

- Tycker du att man ska behålla Systembolaget och monopolet på försäljningen av starköl, vin och sprit eller vill du att starköl, vin och sprit ska säljas i andra butiker?

Systembolaget anlitar Kantar Sifo för genomförande av undersökningen. Totalt intervjuas årligen 9 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 15 år och uppåt. Opinionsindex redovisas kvartalsvis.

PRESTATIONSKULTUR

Mäter i vilken utsträckning medarbetarna upplever att de i sitt arbete har förutsättningar att prestera (vill, vet, kan, får och bör) och individens upplevelse av att få sina basbehov tillgodosedda. Mäts en gång per år via en gemensam medarbetarundersökning.

SUSTAINABLE BRAND INDEX

Sustainable Brand Index är Europas största varumärkestudie med fokus på hållbarhet. I 2021 års studie för Sverige har ett riksrepresentativt urval av 23 400 svenska konsumenter intervjuats under perioden november 2020 – januari 2021. Mätningen görs årligen och vilken placering Systembolaget får följs som en strategisk indikator, som ett mått på uppfyllelse av Systembolagets mål att bli ett välkänt föredöme inom hållbarhet och bidra till en bättre framtid.

SYSTEMBOLAGETS ANDEL AV TOTALKONSUMTION

Systembolaget har ett uppdragsmål att redovisa utfall av hur stor andel av den totala konsumtionen som Systembolaget har (Systembolagets konsumtionsandel). Undersökningen som ligger till grund för detta är Monitormätningarna som genomförs av CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning). Resultatet av mätningarna ska redovisas minst en gång per år. Detta uppdragsmål är inte målsatt.

TOTALKONSUMTION

Systembolaget har ett uppdragsmål att redovisa utfall avseende den totala alkoholkonsumtionen i Sverige. Undersökningen som ligger till grund för detta är Monitormätningarna som genomförs av CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning). CAN genomför löpande under ett år drygt 18 000 intervjuer. Resultatet av mätningarna ska redovisas minst en gång per år. Detta uppdragsmål är inte målsatt.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Den totala sjukfrånvaron mäts utifrån Ekonomistyrningsverkets definition och mäter sjukfrånvarotimmar i relation till alla tillgängliga timmar under samma period. Talet mäts per rullande 12-månadersperiod.

UTLÄNDSK BAKGRUND

Andel medarbetare med utländsk bakgrund där utländsk bakgrund definieras som person född utomlands eller med båda föräldrar födda utomlands. Mäts och redovisas en gång per år.

ÅLDERSKONTROLL

Ålderskontrollen mäter andelen tillfällen då legitimation har begärts i procent av antal kontrollköp. Kontrollköpen genomförs av personer i åldersgruppen 20–24 år. Systembolaget anlitar Better Business för genomförande av köpen. Totalt genomförs under ett år mer än 6 000 kontrollköp. Från och med 2020 mäts vi sammanlagt resultat för butik, ombud och hemleverans. Ålderskontrollen i butik mäts och redovisas varje månad.

ÅRSARBETARE

Årsarbetare motsvarar arbetad tid inklusive semester dividerat med antalet timmar för en heltidstjänst för den relevanta perioden.



Magdalena Gerger
Verkställande direktör
Telefon 08-503 310 25



Charlotte Hansson
Ekonomidirektör
Telefon 08-503 303 75

Kommande rapporttillfällen

26 juli 2021 Delårsrapport januari-juni 2021
22 oktober 2021 Delårsrapport januari-september 2021
11 februari 2022 Bokslutskommuniké 2021

Systembolaget AB

Organisationsnummer: 556059-9473
Postadress: 103 84 Stockholm
Besöksadress: Kungsträdgårdsgatan 14
Telefon: 08-503 300 00
Hemsidaadresser: systembolaget.se och omsystembolaget.se